

DUSTURIYAH

Jurnal Hukum Islam, Perundang-undangan dan Pranata Sosial

ISSN 2088-9712

E-ISSN 977-2580536

Vol VII. NO.1. Januari-Juni 2017

TIM PENGELOLA JURNAL

DUSTURIYAH

Redaktur

Rahmat Efendy Al Amin Siregar, S. Ag., MH
Arifin Abdullah, S. HI., MH

Bendahara

Safira Mustaqilla, S. Ag, M. Ag

Anggota/Editor

Edi Yuhermansyah
Israr Hirdayadi, Lc
Syuhada, S. Ag., M. A

Tata Letak/ Grafis

Muhadi Khalidi

Pembaca Ahli:

Prof. Dr. H. Muslim Ibrahim, M. A., Prof. Dr. H. Alyasa' Abubakar, M. A., Prof. Dr. H. Iskandar Usman, M. A., Prof. Drs. H. Yusni Saby., M. A., Ph. D., Prof. Dr. H. A. Hamid Sarong, S.H., M. H., Dr. Nazaruddin A. Wahid, M. A., Dr. Ridwan Nurdin, MCL., Dr. Hj. Nurjannah Ismail, M. Ag., Dr. A. Jalil Salam, M. Ag., Dr. Khairudin, M. Ag.

Mitra Bestari

Prof. Dr. Duskri Ibrahim, M. A., Prof. Dr. Abdullah Idi, M. Ed., Prof. Dr. Husni Jalil, M. A.

Alamat Redaksi

Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Provinsi Aceh 23111

No. Telp: 0651- 7552966

Fax: 0651- 7552966

Email: dusturiyah@gmail.com

Jurnal Dusturiyah menerima naskah dalam Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris dan Bahasa Arab dengan ketentuan sebagai berikut: kajian tentang hukum dan perundang-undangan: hukum, fiqh, ekonomi Islam, politik dan pranata sosial lainnya; Naskah yang dikirim diketik dengan tulisan times new roman ukuran 12 spasi 1,5 dengan jumlah 15-20 halaman; Naskah diserahkan dalam bentuk Hardcopy (Print Out) dan softcopy dalam CD atau flashdisk atau bisa juga dikirim melalui e-mail; Naskah menggunakan footnote dengan referensi (min 15 buku/Jurnal/karya ilmiah lainnya); Abstrak dibuat dalam Bahasa Inggris lebih kurang 150-200 kata dan disertai kata Kunci (key word) maksimal 5 kata dalam Bahasa Inggris; Naskah yang belum layak untuk dimuat dapat diambil kembali oleh penulis pada tim redaksi; Naskah harus sudah diterima redaksi dua bulan sebelum diterbitkan; Jurnal Dusturiyah diterbitkan dalam setahun dua edisi bulan Juni dan Desember.

DAFTAR ISI

HUKUM ADAT LAOT (LAUT) SEBAGAI KEARIFAN MASYARAKAT NELAYAN ACEH DALAM UPAYA MELESTARIKAN POTENSI SUMBERDAYA PERIKANAN TANGKAP

Yulindawati

HUBUNGAN HUKUM INTERNASIONAL DENGAN HUKUM NASIONAL

Risfalman

MAZHAB FIQH DALAM PANDANGAN SYARIAT ISLAM (Mengkritisi Pendapat Mewajibkan Satu Mazhab)

Muhammad Yusran Hadi

PERAN DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH (DPRD) DALAM PENGAWASAN KEUANGAN DAERAH

Ayumiati

KEBIJAKAN KRIMINAL DALAM PENANGGULANGAN PERKAWINAN DI BAWAH UMUR

Eli Dani Isma

PENGARUH ARUS KAS BEBAS, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN *LEVERAGE* TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN NON KEUANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2011-2014

SERI MURNI

ANALISIS ASPEK RELIGIUSITAS TERHADAP ETIKA BISNIS PEDAGANG PASAR MUSLIM PUSAT PASAR KOTA MEDAN

Akrim Ashal Lubis

STATUS ANAK NIKAH SIRI (PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIP)

MUSFIRA

"نظرية العقوبات في الفقه الإسلامي"

Nurbaiti Sofyan

ANALISIS ASPEK RELIGIUSITAS TERHADAP ETIKA BISNIS PEDAGANG PASAR MUSLIM PUSAT PASAR KOTA MEDAN

Akrim Ashal Lubis

Dosen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email : aalubis27@gmail.com

ABSTRAC

This study aims to analyze the religiosity aspect of the business ethics of Muslim market traders in the central market of Medan. The method used in this study with the approach of literature review and field studies in the central market of Medan city with a population of 490 respondents with sampling technique of 97 respondents. The aspect of religiosity is limited by one variable of worship practice which includes prayer, fasting, zakat, and hajj. Furthermore, the variables of business ethics include value of honesty, fairness, discipline, and responsibility. The results of this study indicate that religious aspects contribute in improving the business ethics of central traders of Medan city market. Thus, the higher the level of religiosity of market traders, the higher the ethics in business.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek religiusitas terhadap etika bisnis pedagang pasar pengusaha muslim pusat pasar kota Medan. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan kajian pustaka dan studi lapangan di pusat pasar kota Medan dengan populasi berjumlah 490 responden dengan teknik sampling sejumlah 97 responden. Adapun aspek religiusitas dibatasi dengan satu variabel pengamalan ibadah yang meliputi ibadah shalat, puasa, zakat, dan haji. Selanjutnya, pada variabel etika bisnis meliputi nilai kejujuran, keadilan, disiplin, dan tanggungjawab. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aspek religi berkontribusi dalam meningkatkan etika bisnis pedagang pusat pasar kota Medan. Maka, semakin tinggi tingkat religiusitas pedagang pasar maka semakin meningkat pula etikanya dalam berbisnis.

Kata kunci : Aspek Religiusitas, Etika, Bisnis, Pedagang.

Pendahuluan

Pasar merupakan wadah dimana bertemunya antara pengusaha atau pedagang dengan pembeli, kegiatan pasar merupakan inti dari proses terjadinya upaya peningkatan atau pemenuhan ekonomi setiap orang. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang positif yang dapat memunculkan rasa sosial di masyarakat, sebagaimana yang dapat kita rasakan

sendiri tatkala membutuhkan sebuah barang atau jasa, pastinya kita akan bertemu atau menghubungi seseorang yang dapat menyuplai kebutuhan yang kita inginkan. Namun, perlu menjadi perhatian bahwa kecenderungan orang yang dibutuhkan terjebak kedalam sesuatu yang dilarang, sebagai contoh praktik curang, berbohong, adanya gharar, dan lain sebagainya.

Kecenderungan ini perlu menjadi perhatian bagi kita semua, agar tidak menimbulkan kerugian kepada pihak kedua selaku konsumen, dan seandainya jika perilaku yang salah ini terus dibiarkan tentu akan menjadi masalah yang besar, seperti krisis. Kegiatan pasar merupakan bagian dari kajian muamalah, yaitu merupakan interaksi antar umat dalam melakukan segala kegiatan atau transaksi, hal itu diatur bahwa setiap muslim wajib tunduk dan patuh terhadap ketentuan hukum Islam yang berlandaskan pada Alquran dan Sunnah. Sehingga eksistensi dari perjalanan hidup manusia diharapkan mencapai keberkahan. Islam sebagai agama yang universal memberikan ruang luas kepada ummatnya dalam bermuamalah tanpa menghilangkan aturan-aturan yang dilarang. Sebagaimana pendapat Qardhawi (1997) bahwa Islam adalah agama yang mengatur tatanan hidup dengan sempurna, kehidupan individu dan masyarakat, baik aspek rasio, materi, maupun spritual, yang didampingi oleh ekonomi, sosial, dan politik.

Kegiatan muamalah dalam bidang perdagangan merupakan suatu potensi yang memberikan peluang yang besar terhadap kemajuan dan perkembangan umat Islam. Karena dalam konteks jual beli akan terjadi sirkulasi sistem perekonomian yang melibatkan semua pihak, baik itu pemerintah, perusahaan, pengusaha, maupun masyarakat. Sehingga, kegiatan perdagangan memberikan potensi yang sangat besar dalam mendapatkan rezki yang lebih besar, sesuai dengan hadis rasulullah saw., yang berbunyi : *”Perhatikanlah olehmu sekalian perdagangan, sesungguhnya di dunia perdagangan itu ada sembilan dari sepuluh pintu rezki.”*

Besarnya potensi bidang perdagangan dalam meningkatkan pendapatan seseorang memerlukan adanya penanaman nilai-nilai etika dalam melaksanakan setiap transaksi. Sebab, kecenderungan untuk melakukan sesuatu yang bathil sangat dekat, seperti gharar, maisir, dan riba. Tentu saja hal ini menjadi perhatian bagi setiap umat. Maka, penerapan nilai-nilai ibadah yang dilaksanakan seorang muslim sebagai cerminan dari

eksistensinya untuk patuh dan tunduk terhadap segala yang dilarang dan dibolehkan dalam hukum Islam harus dilaksanakan.

Pengamalan nilai ibadah melalui kepatuhannya dalam melaksanakan perintah Allah, baik yang bersifat *mahdah* dan *ghairu mahdah* tentunya akan menjadi modal dasar seseorang untuk mematuhi ketentuan-ketentuan yang telah disyariatkan dalam mengelola bisnis. Sebagaimana kaidah ushul yang berbunyi : *al-Aslu fil Af'al al-Taqayyud bi hukmi al-Syar'I*, yang berarti bahwa hukum asal suatu perbuatan adalah terikat dengan hukum syara', yaitu : wajib, sunnah, mubah makruh, dan haram. Maka, pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang teguh pada ketentuan syariat. Dengan kata lain, syariat merupakan nilai yang menjadi payung dan perisai kuat dalam mengaplikasikan aktifitas dagang.

Sebagaimana yang berlaku di pusat pasar kota Medan bahwa aktifitas perdagangan di kalangan pengusaha muslim terdiri dari jenis pakaian dan alat-alat rumah tangga. Dimana pada lantai atas gedung pusat pasar kota Medan ini dibangun mesjid yang diperuntukkan bagi para pelaku pasar pengusaha muslim untuk menunaikan kewajiban shalat fardhu. Namun sayangnya, tingkat kecurangan dalam praktik dagang sering terjadi, seperti tidak jujur dalam menetapkan harga, hal ini mengakibatkan tidak ada harga yang tetap, kecenderungan para pelaku pasar mengambil keuntungan berlebih, begitu juga dalam menakar atau menimbang bahan-bahan makanan, sehingga volume yang diharapkan tidak sesuai dengan harapan. Hal ini menjadi perhatian khusus bagi para aktifis muslim, terkhusus bagi intelektual yang mengkaji Ekonomi Islam. Berdasarkan latar belakang di atas, melalui tulisan ini penulis akan mengkaji lebih dalam mengenai aspek religiusitas terhadap etika bisnis pedagang pasar kota Medan.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif, yaitu mendeskripsikan serta menganalisis fenomena, peristiwa, aktifitas sosial, sikap kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok (Nana, 2007). Penelitian ini selanjutnya mengungkapkan fenomena nilai aspek religiusitas yang terdiri dari pemahaman religiusitas, spritual para pedagang terhadap etika bisnis di pasar kota Medan. Pendekatan penelitian ini akan menghasilkan pemahaman terhadap makna

nilai-nilai religiusitas dan spritual terhadap etika, perilaku, serta gejala yang dihasilkan dalam aktifitas dagang di pasar kota Medan sekitarnya. Sumber data penelitian ini diperoleh dari literasi pustaka (*library research*) yang diperoleh dari dokumentasi, buku, hasil riset terdahulu, dan artikel yang berkaitan sesuai lingkup kajian. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara : pertama, Observasi, metode ini dimaksudkan untuk mengamati dari dekat bentuk aspek religiusitas yang diukur dari aktifitas perilaku pedagang di pasar kota Medan sekitarnya. Kedua, Dokumentasi, metode ini merupakan teknik pengumpulan data melalui literasi dari artikel ilmiah, buku, jurnal yang terkait dengan kajian yang dibahas. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah dengan teknik analisis deskriptif kualitatif, serta pendekatan analisis yang dilakukan menggunakan pendekatan logika induktif.

Pembahasan

Aspek Religiusitas

Religius merupakan derivasi dari bahasa inggris, yaitu *religion* yang berarti agama. Religius dapat dikatakan beragama, yang bermakna seseorang yang memiliki keyakinan kuat terhadap akidah yang diimplementasikan dalam bentuk perbuatan, baik itu taat dan patuh terhadap perintah dan menjauhi segala yang dilarang. Menurut Zakiyah dan Hasan (2015) merupakan kepemilikan seseorang terhadap agamanya dan tercermin dalam perilaku keagamaannya dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, seseorang dikatakan memiliki nilai religiusitas yang baik ketika semua unsur religi tersebut dapat dilaksanakan dalam kehidupannya. Hal yang demikian dapat disebut dengan orang beragama.

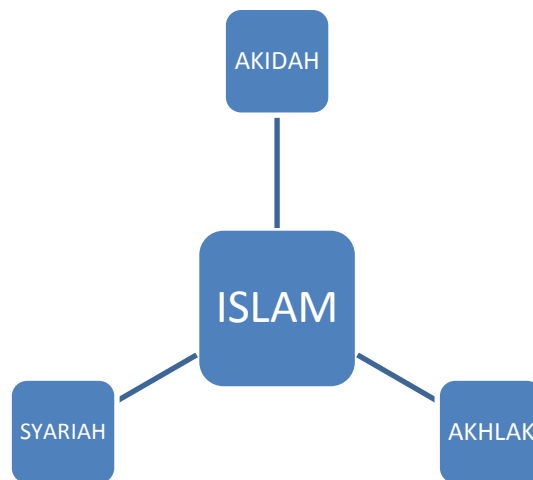
Aspek religiusitas dalam Islam mencakup akidah yang terdiri dari konsep Tauhid, yaitu megeesakan Allah, yang berarti bahwa tiada tuhan selain Allah dan muhammad adalah rasul-Nya. Konsekwensi dari keyakinan ini harus diimplementasikan dalam bentuk mengerjakan aturan-aturan yang wajib ditaati dan larangan yang wajib dijauih serta batasan-batasan dalam menjalani hidup berkehidupan. Dorongan seseorang yang beragama dalam mengamalkan aturan-aturan Allah berdasarkan dari pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap keilmuan agama yang dianutnya. Secara rasional, seseorang yang mengetahui dan memahami aturan-aturan agama, maka akan menjadikan keyakinannya tersebut sebagai pedoman

dalam melakukan aktifitas kehidupannya. Adanya keyakinan kepada suatu agama/kepercayaan membentuk kepribadian seseorang dalam hidupnya. Meski intensitas pengamalan tersebut terkadang tidak dijalankan secara maksimal oleh orang yang sudah mengetahuinya, setidaknya ia menyadari apa yang dialakukannya salah. Seseorang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, tentu akan menjadikan agama sebagai acuan dalam segala tindak tanduk dan pengambilan suatu keputusan.

Aturan-aturan tersebut termuat dalam Syariat, yang merupakan hukum yang bersifat wajib, sunnah, haram, boleh, dan makruh (dibenci). Kelima hal tersebut merupakan sifat dari ketentuan-ketentuan yang Allah wahyukan kepada rasul-Nya Muhammad saw,. Selanjutnya, turunnya syariat yang diperuntukkan kepada umat manusia adalah demi kebaikan keteraturan hidup manusia untuk mencapai kedamaian dan kebaikan. Sebagaimana hal tersebut disebut sebagai Maqashid Syariah, yang terdiri dari aspek terpeliharanya Akidah (agama), Jiwa (hidup), Akal, Harta, dan Keturunan. Kelima aspek tersebut merupakan rangkuman dari tujuan syariat atau ketentuan-ketentuan yang telah Allah atur kepada umat manusia. Dengan adanya tujuan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa segala praktik dan perilaku yang dapat mencederai kelima aspek tujuan maqashid syariah adalah haram. Kelima aspek tersebut merupakan indikator nilai syariahnya suatu perbuatan. Bahkan, upaya yang dilakukan nabi Muhammad saw., dalam mengajak umatnya untuk masuk ke dalam agama Islam melalui revolusi karakter atau akhlak. Pernyataan nabi Muhammad saw., dengan kalimat : *”sesungguhnya aku diutus adalah untuk menyempurnakan akhlak yang mulia”*, bahwa upaya dalam mengajak manusia ke ajaran Allah harus dibekali dengan meningkatkan akhlak, etika, perilaku yang baik.

Aspek religi dalam Islam terbentuk dari pemahaman akidah. Seseorang yang memiliki keyakinan dan ikatan yang kuat mengenai zat Allah, secara otomatis mengikuti dan mentaati segala aturan dan ketentuan yang diwahyukanNya. Sebagaimana ajaran Islam terdiri dari :

Gambar.1. Skema Cabang Ilmu Pengetahuan Dalam Islam



Etika Bisnis

Etika merupakan berasal dari kata ethos yang berarti pandangan hidup yang khas dari suatu golongan sosial (al-Khayyat, 1994). Etos berasal dari bahasa Yunani yang berarti sikap, kepribadian, watak, karakter, serta keyakinan atas sesuatu. Etika merupakan rangkaian prinsip yang wajib diikuti. Etika dapat dikatakan karakter pembeda, sikap alami, tabiat lahiriah, dari seseorang, kelompok atau komunitas. Menurut Charris Zubair (1995) etika adalah studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, mengenai baik, buruk, benar, salah, dan lain sebagainya serta prinsip-prinsip umum yang dapat menyatakan sesuatu itu benar dalam mengaplikasikannya dalam suatu tindakan tertentu. Menurut Ridwan (2011) etika merupakan pedoman moral dalam suatu tindakan manusia sekaligus menjadi sumber pemikiran dalam menentukan baik dan buruk.

Menurut Solomon (1987) yang dikutip dalam Abdul Jalil (2010) bahwa etika merupakan dasar karakter seseorang dalam melakukan tindakan yang baik, juga berupa ketentuan yang membatasi seseorang terhadap sesuatu yang benar maupun yang salah. Etika adalah bagian dari filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang nilai, norma atau moralitas. Terminologi yang paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam disebut sebagai akhlak (bentuk jama'nya khuluq). Berdasarkan pernyataan definisi di atas, maka kata etika sejalan dengan kata akhlak, dimana akhlak merupakan sikap, watak, karakter seseorang. Etika bisnis merupakan prinsip-prinsip moral atau aturan tingkah laku atau kaidah-kaidah etik yang dianut dalam berbisnis

(Dochak Latief, 2006). Menurut Ernawan (2007) yang dikutip dalam Ernani (2009), etika bisnis adalah aturan main prinsip dalam organisasi yang menjadi pedoman membuat keputusan dan tingkah laku.

Sejatinya etika menjadi dasar seseorang dalam menentukan sikap dalam melakukan setiap usaha terutama dalam dunia bisnis. Etika menjadi modal kuat untuk menahan seseorang dalam bertindak negatif, etika juga menjadi alat untuk membentuk kepribadian yang kuat dalam hidup dan berkehidupan. Etika mencakup segala perilaku seseorang, baik dalam bidang interaksi, bekerja, berusaha, berkomunikasi, dalam bentuk verbal maupun tulisan, dalam dunia hiburan, tayangan, parodi, kompetisi, serta dalam memimpin suatu organisasi, perusahaan, kelembagaan, terlebih dalam dunia bisnis ekonomi.

Bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (Hughes dan Kapoor). Brown dan petrello menyatakan bahwa bisnis merupakan suatu kegiatan menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat (Buchari Alma, 1994). Istilah bisnis merupakan suatu urusan atau kegiatan dagang, industri, atau keuangan yang berhubungan dengan produksi atau pertukaran barang atau jasa dengan menempatkan uang dari para wirausahawan dengan risiko tertentu dengan upaya tertentu didasari dengan motif demi memperoleh keuntungan. Bisnis sendiri merupakan kegiatan antara manusia yang berkaitan dengan produksi, menjual dan membeli barang atau jasa demi memenuhi kebutuhan masyarakat (Sonny, 1998).

Adapun etika bisnis menurut prinsip dalam ajaran Islam, Sudarsono dalam bukunya yang berjudul *Etika Islam tentang Kenakalan Remaja* menyatakan bahwa Etika Islam merupakan doktrin etis yang berdasarkan ajaran-ajaran agama Islam yang bersumber dari Alquran dan sunnah dimana didalamnya terdapat nilai-nilai luhur dan sifat-sifat terpuji (Sudarsono, 1989). Menurut Haidar (2002) ciri-ciri etika Islam tersebut adalah : pertama, Islam sesuai dengan teori mengenai etika yang bersifat fitri, yang berarti semua manusia pada hakikatnya mengetahui tentang baik dan buruk. Kedua, moralitas dalam ajaran Islam berdasarkan pada keadilan, yang berarti bahwa dapat menempatkan sesuatu pada tempatnya. Ketiga, tindakan etis itu dipercayai pada

puncaknya dapat menghasilkan kebahagiaan bagi pelakunya. Keempat, tindakan etis bersifat rasional.

Skup yang luas dan masuk menyeluruh ke dalam sendi masyarakat memposisikan etika dalam kedudukan yang sangat penting bagi manusia. Tanpanya, seseorang dapat berbuat semena-mena, bahkan dapat jatuh ke dalam kenistaan yang dapat diumpamakan seperti hewan. Pada dasarnya etika dalam dunia bisnis ini bertujuan untuk menolong para pelaku bisnis itu sendiri dalam mencari solusi atau memecahkan permasalahan-permasalahan dalam lingkup bisnis mereka. Oleh karenanya, dalam rangka meningkatkan etika bisnis yang berpegang dalam prinsip syariah, seyogyanya setiap pebisnis wajib menggali nilai-nilai ketentuan dalam Alquran dan sunnah (Wibowo, 2012).

Pengaruh Aspek Religiusitas terhadap Etika Bisnis

Nilai religius hanya akan dapat terlihat dari perilaku seseorang dalam hidup. Oleh karenanya, seseorang harus betul-betul memahami makna dari aspek religius ini secara lahir maupun bathin. Pemahaman dasar yang kuat dan didorong dengan menumbuhkan kesadaran dalam hati, mendorong seseorang untuk ridha melakukan dan mengamalkan sesuatu yang dipahaminya. Etika dapat dirumuskan sebagai refleksi kritis dan rasional mengenai nilai dan norma yang menyangkut bagaimana harus hidup baik sebagai manusia, dan masalah-masalah kehidupan manusia dengan mendasarkan diri pada nilai dan norma- norma moral yang umum diterima (Hamidi, 2008). Dalam kajian ini, penulis telah mengamati secara dalam mengenai pengaruh aspek religius terhadap etika bisnis para pedagang pasar kota medan. Dalam hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu : pengamalan ibadah yang mencakup ibadah shalat, puasa, zakat, dan haji. Keempat ibadah ini termasuk dalam ibadah mahdah yang berarti tata cara dan perintah pelaksanaannya telah diatur dalam nas. Alasan penulis menjadikan pengamalan ibadah sebuah indikator dalam mempengaruhi etika bisnis pedagang didasari atas : pertama, shalat merupakan satu di antara rukun Islam dimana Allah swt., berfirman :”



“Sesungguhnya shalat itu mencegah dari (perbuatan- perbuatan) keji dan mungkar”
(al-Ankabut:45)

Makna yang dapat diambil dari penggalan ayat di atas adalah shalat sebagai jalan untuk menghentikan seseorang dari perbuatan maksiat, dikarenakan dengan melaksanakan ibadah shalat seseorang dituntut untuk mengingat Allah swt., dengan mengingatNya menumbuhkan rasa takut untuk melakukan perbuatan yang dilarangNya. Adapun mengenai munkar adalah sesuatu yang buruk secara syar’I dan pandangan manusia (Zuhaili, 2003) indikator kedua adalah puasa, di antara keutamaan berpuasa adalah menjadi perisai bagi hamba yang menghalanginya dari siksa Allah pada hari kiamat. Dari Jabir ra sesngguhnya Nabi saw bersabda: *“Sesungguhnya puasa itu adalah perisai yang dipergunakan oleh hamba untuk menjaga dirinya dari neraka dan dia adalah miliKu dan Akulah yang akan memberikan balasan baginya “* (Syaqowi, 2009).

Orang yang berpuasa dituntut untuk menjauhkan diri segala bentuk maksiat, munkar, dan menjaga pandangan. Melakukan amal dengan sebaik mungkin serta berupaya untuk mencapai nilai kualitas puasa tinggi adalah suatu keharusan bagi mereka yang berpuasa. Bahkan pada level menjaga emosi dan etika, seperti marah, mencela, menghardik, dan hal sejenisnya. Sebagaimana rasulullah saw., bersabda : *“Puasa adalah perisai, maka barang siapa sedang berpuasa janganlah berkata keji dan berteriak keras, jika seseorang mencela atau mengajaknya bertengkar hendaklah dia mengatakan: aku sedang berpuasa.”* (Muttafaq alaih). Indikator selanjutnya adalah zakat, sebagaimana diketahui bahwa kepatuhan seseorang dalam membayar zakat adalah sebuah keniscayaan bentuk dari kejujuran seseorang terhadap sampainya nisab dan haul harta seseorang.

Dengan demikian, seseorang yang telah membayar zakat adalah orang yang secara sadar dan jujur terhadap seberapa besar harta simpanan yang telah ia miliki. Maka, penulis meyakini bahwa orang muslim yang membayar zakat adalah orang yang memiliki nilai kejujuran dalam dirinya, dimana ia jujur dan mau berbagi kepada orang lain dalam kepatuhan dari kewajibannya, maka ia juga akan berlaku jujur dan adil dalam berbisnis dan bermuamalah. Indikator yang terakhir berupa pengamalan ibadah haji yang merupakan ibadah wajib yang dikhususkan bagi umat Islam yang dianggap

memiliki kemampuan atau kecukupan dari lahir dan bathin. Seseorang yang telah melaksanakan ibadah haji dengan harta yang halal tentunya menambah rasa emosional dan spritual yang tinggi bagi yang melaksanakan dengan berhadapan dengan baitullah/ ka'bah, merasakan jejak dakwah para nabi, dan perjuangannya. Seseorang yang telah melaksanakan haji lebih dapat merasakan kesetaraan derajat, ras, antar sesama umat. Sehingga hal tersebut akan tercermin dari sikap bisnis yang sehat, tanpa harus merasa tersaingi, dengki, dan iri.

Hasil penelitian yang penulis lakukan sebelumnya meletakkan indikator etika bisnis berupa kejujuran, keadilan, disiplin, dan tanggungjawab. Dimana pengaruh pengamalan ibadah (shalat, puasa, zakat, dan haji) berpengaruh positif terhadap praktik dagang bagi para pedagang pasar kota Medan, yang mencakup nilai kejujuran, keadilan, disiplin, dan tanggungjawab. Hasil analisis yang diperoleh bahwa nilai koefisien hubungan pengamalan ibadah shalat terhadap kejujuran sebesar 3,3, puasa terhadap kejujuran sebesar 2,7, zakat terhadap kejujuran sebesar 2,3, haji terhadap kejujuran sebesar 4,5. Adapun nilai koefisien hubungan shalat terhadap keadilan sebesar 3,5, puasa 4,9, zakat 2,3, haji sebesar 2,2. Sementara nilai koefisien hubungan shalat berada 5% .

Dengan demikian terdapat hubungan yang signifikan antara variabel dependen dengan variabel independen. Hasil analisa regresi diperoleh bahwa pengamalan ibadah shalat, puasa, zakat, dan haji memberikan kontribusi positif terhadap kejujuran sebesar 79,6%, terhadap keadilan sebesar 92,9%, terhadap disiplin sebesar 69,4%, dan terhadap tanggungjawab sebesar 85,2%. Berdasarkan perolehan data tersebut bahwa pengamalan ibadah shalat, puasa, zakat, dan haji berkontribusi positif terhadap peningkatan kejujuran, keadilan, disiplin, dan tanggungjawab. Melalui pengujian Uji F-Statistik diperoleh bahwa pengamalan ibadah shalat, puasa, zakat, dan haji secara bersama-sama memberikan pengaruh positif terhadap nilai kejujuran, keadilan, disiplin, dan tanggungjawab. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa jika seseorang melaksanakan amalan ibadah shalat, puasa, zakat, dan haji maka akan semakin meningkatkan etikanya dalam kejujuran, adil, disiplin, dan bertanggungjawab.

Kesimpulan

Aspek religius merupakan bentuk keyakinan seseorang dari agama yang dianut, dalam hal ini adalah agama Islam. Sebagaimana yang dijadikan aspek-aspek religi tersebut dalam penelitian ini terdiri dari 4 hal, yaitu : pengamalan ibadah shalat, puasa, zakat, dan haji. Secara keseluruhan, menunjukkan bahwa aspek religi berkontribusi terhadap etika bisnis para pedagang pusat pasar kota Medan. Dapat disimpulkan bahwa aspek religiusitas menjadi perisai bagi setiap orang dalam menjalani setiap aktifitas kehidupan, terkhusus dalam mempengaruhi perilaku seseorang dalam berbisnis. Maka, semakin tinggi tingkat pengamalan ibadah seseorang akan semakin tinggi pula kualitas etika seseorang dalam berbisnis. Pengamalan ibadah shalat mampu mencegah seseorang dari perilaku tercela, ibadah puasa menuntut seseorang menjaga kesucian dirinya, bahkan sampai menjaga emosional dan bersabar, ibadah zakat membiasakan seseorang untuk bersikap jujur terhadap harta berlebih yang dimiliki untuk diberikan kepada mustahiq, dan ibadah haji menumbuhkan rasa kesetaraan derajat, ras, dan suku yang menjadikan pelakunya bersikap sehat dalam bersaing di pasar.

Dalam meningkatkan aktifitas ibadah , seyogyanya para pelaku dagang pusat pasar kota Medan membuat pengajian rutin. Disamping itu, pihak pengelola pasar diharapkan memperbanyak fasilitas tempat ibadah agar para pedagang mudah dalam melaksanakan ibadah wajib, sehingga aktifitas dagang di pusat pasar tidak menghalangi seseorang dalam menjalankan ibadahnya. Selain itu, perlunya ditumbuhkan kesadaran bagi para pedagang di pusat pasar kota Medan dalam memperdalam dan memperbanyak tata cara dan etika yang ditetapkan dalam Islam mengenai sistem perdagangan. Diharapkan para ulama dan umara' menerapkan suatu aturan dan tuntunan bagi para pedagang bagaimana cara berdagang yang syar'i, serta hakikat memperoleh harta dalam bingkai filosofi Islam. Sehingga, dengan meningkatnya pengetahuan dan pemahaman pedagang dalam berdagang akan mendorong dirinya untuk berperilaku jujur, adil, disiplin, dan bertanggungjawab dalam setiap ucapan, tindakan, dan perbuatan.

Daftar Pustaka

- Abdul Aziz Al-Khayat, *Etika Bekerja Dalam Islam*, (Jakarta: Gema Insani press, 2001).
- Abdul Jalil, “*Implementation Mechanism of Ethics in Business Organizations*” (International Business Research. Vol. 3, No. 4, October 2010).
- Ahmad Hasan Ridwan, *Dasar-dasar Epistemologi Islam*, (Pustaka Setia, 2011).
- Amin Abdullah Syaqowi, *Fadlu Shiyam terj. Keutamaan Berpuasa oleh Muzaffar Sahidu*, (Islamhouse: 2009).
- Buchari Alma, *Ajaran Islam dalam Bisnis* (Bandung: al_Fabeta, 1994).
- Latief Dochack, *Etika Bisnis Antara norma dan realitas*, (Muhammadiyah University Press, 2006).
- Hadiyati Ernani, “*Pengaruh Etika Bisnis terhadap Kewirausahaan pada Usaha Kecil Bengkel Les di Pujon*”, (Jurnal Manajemen Gajayana, Vol.6, No.1, Juni 2009)
- Haidar Bagir, “*Etika “Barat”, Etika Islam*”, Pengantar dalam buku, Amin Abdullah, *Filsafat Etika*.
- Islam Antara Al-Ghazali dan Kant, (Bandung : Mizan, 2002).
- Jazim Hamidi, “*Filsafat Ilmu*”, *Bahan Kuliah, Program Doktorat FH UNIBRAW-FH UNIB*, 2007/2008.
- Robert C., Solomon, *Etika: Suatu Pengantar, terj. Drs. R. Andre Karo-karo, ed. Drs. Rensius Nainggolan*, (Jakarta: Pernerbit Erlangga 1987).
- Sonny Keraf, *Etika Bisnis, Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta : Kanisius, 1998).
- Sudarsono, *Etika Islam tentang Kenakalan Remaja*, (Jakarta : Bina Aksara, 1989).
- Wibowo, *Etika Bisnis dalam Islam*, dalam http://www.etika_bisnis_dalam_Islam.Info.html 12 Maret 2012